

Work goes happy – Wellbeing at work event

15.3.2016 Wanha Satama, Helsinki

(Thesis written in Finnish)

Terhi Karesola



Tekijä(t) Terhi Karesola	
Koulutusohjelma Degree Programme in Hotel, Restaurant and Tourism	
Opinnäytetyön otsikko Work goes happy - työhyvinvointitapahtuma	Sivu- ja liitesivumäärä 29
<p>This thesis studies the Work goes happy – wellbeing at work event. Thesis covers wellbeing at work through the event, event management, communication and marketing. Theory is written during spring, summer and autumn 2016, after the event held in March.</p> <p>The principal of the thesis is Work goes happy concept with Mr. Jyri Kansikas as a contact person. Thesis is written in Finnish upon his request.</p> <p>Work goes happy (WGH) is wellbeing at work concept, which gives out ideas and opens communication of wellbeing at work and working life. Its aim is to bring out informative awareness on wellbeing among the field specialists and workplaces. WGH produces experiences and events. Concept's mission is to make wellbeing at work more easy reachable and interesting topic among employers and employees. The wellbeing event is combination of fairs, speakers, lectures and open workshops.</p> <p>The theoretical framework of the thesis is functional. It aims to show professional knowledge and ability of wellbeing at work itself and event management. The functional part consist of the WGH wellbeing at work event itself, project documentation and evaluation. Functional thesis is development of working life, it improves and rationalizes the wellbeing at work event. This thesis may be an excellent continue, for example, to another thesis project, which would deal with instructing the organization of the event and the event plan.</p> <p>Based on thesis results and findings, Work goes happy wellbeing at work event is on the way toward productization. A good product takes you far. Productization of service and event are more challenging than the actual goods. With a good planning and allocation of sources it is manageable. The future target is to make the event an excellent, long lasting product with high marketing and sales value. The event should correspond to the professionals, employees and employers needs in todays and in future's wellbeing.</p>	
Asiasanat Wellbeing at work, event, event planning, project, communication, marketing Työhyvinvointi, tapahtuma, tapahtumasuunnitelma, projekti, viestintä, markkinointi	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Toiminnallinen menetelmä	2
1.2	Tavoitteet ja toteutus.....	3
2	Työhyvinvointi	5
2.1	Työhyvinvoinnin vastuut.....	6
2.2	Työhyvinvoinnin tavoitteet ja seuranta	7
2.2.1	Työhyvinvointi tänään	8
2.2.2	Talous ja tuottavuus	9
2.2.3	Jaksaminen; uupumus, stressi, masennus, työaika.....	10
2.2.4	Oma vastuu ja teot.....	11
3	Work goes happy-työhyvinvointitapahtuma	13
3.1	Historia ja konsepti.....	13
3.2	Jatkumo, tavoitteet ja toiminta-ajatus	14
4	Tapahtuman järjestäminen ja markkinointi	16
5	Tapahtumasuunnitelma.....	18
5.1	Sidosryhmät.....	18
5.2	Ohjelma	19
6	Tapahtumapäivä 15.3.2016.....	21
6.1	Palautekysely.....	22
6.2	Mobiilisovellus.....	22
6.3	Sosiaalinen media; Facebook ja Twitter	23
7	Pohdinta ja arviointi	24
7.1	Tavoitteiden toteutuminen.....	24
7.2	Tapahtuman ja oman oppimisen arviointi	25
7.3	Oma oppiminen.....	26
	Lähteet	28

1 Johdanto

Työhyvinvoinnista keskustellaan tänä päivänä paljon, myös yritysten ulkopuolella. Työelämä on muuttunut viime vuosikymmenien aikana paljon, eikä muutostahdille ole tois-
laiseksi näkyvissä loppua. Suurimpia muutoksiin vaikuttaneita tekijöitä ovat nopeasti kehit-
tyvä teknologia, kansainvälistyminen sekä sen tuoma monikulttuurisuus. Lisäksi taloudelli-
sella kilpailulla on omat vaikutuksensa työelämään ja sitä kautta työhyvinvointiin.

WGH eli Work goes happy on työhyvinvointikonsepti. Konseptin tarkoituksena on luoda
ideoita ja keskustella työhyvinvoinnista sekä työelämästä. WGH tiedottaa työhyvinvointiin
liittyvistä asioista asiantuntijoille, työyhteisöille sekä tapahtuman yhteistyökumppaneille.
WGH:n tarkoituksena on tuottaa asiapitoisia, mutta viihdyttäviä ja mieleenpainuvia elä-
myksiä ja tapahtumia. (Work goes happy 2016)

Konseptin ensimmäinen kiertue-tyylinen tapahtumaketju järjestettiin vuonna 2012. Idea
kokonaisuudessaan sai alkunsa kaksi vuotta aiemmin. Ensimmäisellä kiertueella oli mu-
kana Helsingin lisäksi maakuntia, mutta kiertue ei sellaisenaan ollut menestys, joten seu-
raavina vuosina päätettiin keskittää tapahtuma Helsinkiin. Tämän vuoden tapahtuma jär-
jestettiin 15.3.2016.

Tapahtuman ajatus on koko ajan ollut herättää ajatuksia työhyvinvoinnista ja sen vas-
tuista, kattavasti koko yrityksen tasolla. Työhyvinvoinnin tietoperustan tarkoitus on avata
työhyvinvointia, sen vaikutuksia ja tämän päivän vaateita tapahtuman pohjalta sekä kes-
kittyä kyseisen tapahtuman järjestämiseen, viestintään ja markkinointiin, jossa olin mu-
kana. Työn pääteoria käsitellään työn alussa, vaikka se jatkuu vetoketjumaisesti aina lop-
puun saakka.

Itse tapahtumapäivän toimintaosuudessa päivä puretaan kävijöille tehdyn palautekyselyn,
päivän viestinnän ja sosiaalisen median markkinoinnin avulla. Kaikki nämä osa-alueet pu-
huvat tapahtuman nousujohteisesta suosiosta. Koko tapahtumahistorian suurin kävijä-
määrä saavutettiin tänä keväänä, kävijäkyselyn perusteella kävijät ovat valmiita maksa-
maan tapahtumaan pääsystä ja Twitterissä #wgh16 hashtag nousi Suomen jaetuimmaksi.

Työ on toiminnallinen toteutus, jonka tavoite on työhyvinvointi tapahtuman kehittäminen ja
järkeistäminen. Työ on rajattu kuitenkin käsittelemään lähinnä projektin viestintää, markki-
nointia sekä ohjelmasisältöä.

Toimeksiantaja on Work goes happy-tapahtuma ja yhteyshenkilö Jyri Kansikas. Tärkeimmät tiedonlähteet ovat tapahtumajärjestäjä, tapahtuman asiantuntijat ja organisaatiot, aihealueeseen liittyvät verkkojulkaisut sekä käytetty kirjamateriaali.

1.1 Toiminnallinen menetelmä

Tapahtuman tavoitteet ovat vähintäänkin yhtä tärkeä elementti kuin tapahtuman toteutus. Tavoitteet ovat syy järjestää tapahtuma, niiden tulisi olla yksinkertaisia ja ymmärrettäviä. Tapahtumasuunnittelun ja toteutuksen aikana on hyvä verrata päätöksiä ja toimintatapoja aseteltuihin tavoitteisiin, jotta niistä pystytään pitämään kiinni. Selkeät tavoitteet tukevat tapahtuman toteutusta. (Conway 2009)

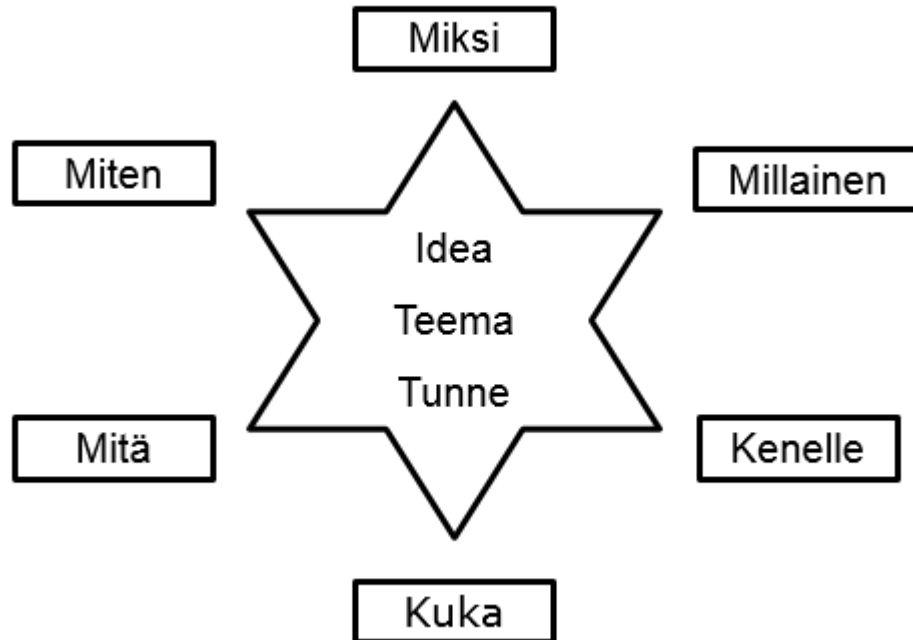
Work goes happy – tapahtuman keskeinen tavoite on luoda ideoita, avata keskustelua työhyvinvoinnista ja työelämästä, sekä toimia tiedotuskanavana aiheesta niin asiantuntijoille, työyhteisöille kuin yhteistyökumppaneille. Tapahtuma kerää yhteen luennoitsijoita, workshoppeja ja elämyksiä sekä tuo työhyvinvointiasioita laajemman kuulijakunnan tietoisuuteen. (Work goes happy 2015)

Tapahtumien toteuttamiseen on useita erilaisia tapoja. Tapahtuma voidaan tehdä alusta asti kokonaan itse, toteutus voidaan tehdä osittain itse ja osittain ulkoistettuna tai koko tapahtumatoteutus voidaan antaa ulkopuolisten hoidettavaksi. Work goes happy – tapahtuma on kokonaisuudessaan itse toteutettu tapahtuma, pääosin taloudellisista syistä. Tapahtuman vakinaistuessa ja laajentuessa, on tulevaisuudessa varmasti syytä miettiä annetaanko ainakin osa toteutuksesta ulkopuolisten käsiin. Alusta asti itse tehdessä, toteutuksessa on paljon työtä ja erilaisia elementtejä, jotka tulee ottaa huomioon. Koko tapahtuman vetäjä, Jyri Kansikas, on vuosia tapahtumia tehnyt ja sitoutunut projektipäällikkö. Sitoutuneisuutta, kokemusta ja taitoa vaaditaankin tapahtuman toteutuksessa, jossa kaikki tehdään itse. (Vallo & Häyrynen 2014)

Vallo ja Häyrynen ovat lajitelleet tapahtumat kolmeen kategoriaan kirjassaan ”Tapahtuma on tilaisuus”. Asiatapahtuman erinomainen esimerkki on seminaari, johon myös Work goes happy – tapahtuma lukeutuu. Muita kategorioita ovat lisäksi viihdetapahtuma, johon lukeutuu mm. konsertit ja festarit sekä näiden aiemmin mainitun kahden yhdistelmä, josta hyvänä esimerkkinä yrityksen henkilöstöpäivä, siihen sisältyy sekä viihde- että asiatapahtuman tunnusmerkkejä. (Vallo & Häyrynen 2014)

1.2 Tavoitteet ja toteutus

Onnistuneen tapahtuman tähtimalli (kuvio 1) on hyvä perusta tapahtuman toteutusmenetelmiä miettiessä.



Kuvio 1 Onnistuneen tapahtuman tähtimalli (Vallo & Häyrinen 2014).

Tapahtuman järjestämiseen liittyy paljon kysymyksiä, esim. miksi tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuma toteutetaan, kenelle tapahtuma on, kuka järjestää, mitä järjestetään ja miten järjestetään?

Näihin strategisiin ja operatiivisiin kysymyksiin vastaten, saadaan mietittyä hyvinkin tarkkaan millaisilla menetelmillä päästään tapahtuman tuotannossa toivottuun lopputulemaan. Koko organisaation ja projektiryhmän tulisi osata vasta näihin kysymyksiin ja niiden vastauksista tulisi käydä ilmi tapahtuman idea ja/tai konsepti. Lisäksi operatiiviset kysymykset, miten, millainen ja kuka vastaavat tapahtuman teema kysymyksiin. (Vallo & Häyrinen 2014)

Tapahtuman järjestäminen tulee vaiheistaa. Vallo ja Häyrinen määrittelevät tapahtumaprosessille kaikkiaan kolme vaihetta; suunnittelu, toteutus ja jälkimarkkinointi. Ehdottomasti laajin kokonaisuus on suunnitteluvaihe, jossa ideoidaan, resursoidaan, käydään läpi eri vaihtoehtoja, organisoidaan sekä tehdään tapahtuman kannalta merkittävät päätökset. Tässä vaiheessa on olennaista käyttää apuna tapahtumasuunnitelmaa. (Vallo & Häyrinen 2014)

Toteutusvaihe rakentuu tapahtuman kasaamisesta, itse tapahtumasta sekä sen purusta. Rakennusvaiheessa huolehditaan tilan toimivuudesta ja tarvittavista elementeistä kuten tekniikasta, siisteydestä ja järjestyksestä. Samalla tapahtuman ohjelmapuoli käydään läpi luennoitsijoiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa, hiotaan esitykset ja puheet viimeiseen malliinsa. Rakennusvaiheessa varmistetaan kaiken toimivan suunnitellusti ja sovitusti. Itse tapahtuman aikana valvotaan näiden kulkua ja pidetään huoli sovittujen aikataulujen toteutumisesta. Tapahtuman lopussa on vuorossa purkuvaihe. Purussa huolehditaan tilan alkuperäiseen muotoonsa saattamisesta, siivouksesta ja tarkistuksesta. (Vallo & Häyrinen 2014)

Viimeisessä, jälkimarkkinointivaiheessa, hoidetaan palautteiden pyytäminen ja läpikäynti, tehdään tapahtuman yhteenveto sekä toimitetaan eri tahoille yhteistyökiitokset. Jälkimarkkinoinnilla pyritään seuraamaan tapahtuman toimintaa ja mahdollisesti myös muuttaa tulevan tapahtuman luonnetta palautteiden osalta. Tapahtuman yhteenvedossa yhdistetään tunnelma, onnistumiset, epäonnistumiset ja katsastetaan tavoitteiden toteutuminen. Palautte ja tapahtuman yhteenveto ovat erittäin tärkeitä sekä oppimisen että tulevan tapahtuman järjestämisen kannalta. (Vallo & Häyrinen 2014)

2 Työhyvinvointi

Työhyvinvoinnille on monia määreitä. Jokainen ajattelee käsitettä hieman eri näkökulmasta. Päällimmäisenä työhyvinvointi on kuitenkin mahdollisuus tehdä työtä omalla persoonallaan ja lupa olla oma itsensä. Se on viestinnän avoimuutta ja oikea-alaisuutta, aitoa kuuntelua sekä työn arvostusta. Työhyvinvointia ajatellaan myös työyhteisön kiinnostuksena jokaisesta ihmisestä, oikeudenmukaisuutena ja tasa-arvoisena päätöksentekona sekä kohteluna. Se on kunnioitusta, vuorovaikutusta, positiivista ja rakentavaa, kehittävää negatiivista palautetta.

Lisäksi työhyvinvoinnin on todettu olevan sellaisten tavoitteiden asettamista, jotka ovat saavutettavista ja joihin voi myös itse vaikuttaa. Työhyvinvointi on mahdollisuus oppia ja lupa epäonnistua. (Työterveyslaitos 2016, Sosiaali- ja terveysministeriö 2016)

Työhyvinvoinnista on nykyään paljon keskustelua, sen ympärille on luotu paljon foorumeita ja sitä edistäviä työryhmiä. Koko työelämä on muuttunut viime vuosikymmenien aikana ja loppua muutostahdille ei näytä olevan. Suurimpia muutoksiin vaikuttaneita tekijöitä ovat nopeasti kehittyneet ja edelleen kehittyvä teknologia, kansainvälistyminen sekä sen tuoma monikulttuurisuus. Lisäksi taloudellisella kilpailulla on omat vaikutuksensa työelämään ja sitä kautta työhyvinvointiin.

Tämän päivän nopeasti tapahtuvat muutokset vaativat työyhteisöiltä joustavuutta työkuvien, työn ajan, jopa työn paikan ja määrän suhteen. Hyvän työympäristön aikaansaamiseksi on ymmärrettävä työhyvinvointi kokonaisuutena ja tunnettava ne tekijät, joista organisaation hyvinvointi syntyy. Kansantaloudellisesta näkökulmasta työhyvinvointi liittyy työurien pidentämiseen, tuottavuuteen ja osaamisen korostamiseen, kun taas ammattiliitot korostavat työssä jaksamista. (Ahonen, Aura, Hussi & Ilmarinen 2014)

Työhyvinvointi on laaja kokonaisuus ja jokainen voi nähdä sen hieman eri tavalla. Kaikkien työhyvinvoinnin muodostaa työn kokonaisuus ja mielekkyys, työntekijän ja kollegan terveys, työn ja työympäristön turvallisuus sekä hyvinvointi. Työhyvinvointia edistäviä tekijöitä ovat esimerkiksi hyvä, motivoiva ja kannustava johtaminen, henkilöstön ammattitaito ja koko työpaikan ilmapiiri. Nämä kaikki vaikuttavat siihen kuinka työssä jaksetaan ja viihdytään. Työn tuottavuudelle ja sitoutumiselle on paljon erilaisia mittareita ja tuloksien perusteella hyvinvoinnin kasvaessa juuri tuottavuus ja sitoutuminen kasvavat samalla. Tämän lisäksi myös sairauspoissaolot vähenevät. (Julkisten ja Hyvinvointialojen liitto 2016)

Työnantajalle työhyvinvointi on taloudellinen väline sairauspoissaolojen ja ennenaikaisten eläköitymisten ehkäisemiseen. Työntekijöiden näkökulma taas painottuu enemmän yksilötason hyvinvointia edistäviin asioihin. Toimivassa työyhteisössä vuorovaikutus ja tiedonkulkua ovat avointa, työn tavoitteet ja työnjako vastaavat työntekijöiden koulutustasoa sekä esimiestyö on johdonmukaista ja kannustavaa. (Baptiste 2008)

Työhyvinvointi tarkoittaa työntekoa turvallisessa työympäristössä, jossa työntekijän fyysinen ja psyykinen hyvinvointi otetaan huomioon. (Kehusmaa 2011)

2.1 Työhyvinvoinnin vastuut

Työhyvinvoinnin ylläpitäminen ja edistäminen vaativat kehittämistä, yhteistyötä ja seuranta, jotka kaikki kuuluvat työnantajalle ja työntekijälle yhdessä. Työnantajan kuuluu huolehtia resursseista, tavoitteista, työpaikan toimintatavoista, työtyöympäristön turvallisuudesta ja johtamisesta, joka pitää sisällään myös yhdenvertaisen kohtelun työpaikoilla. Myös työntekijän on kannettava vastuu hyvinvoinnista. Vastuu on jopa suurempi kuin työnantajan. Työntekijän tulee huolehtia omasta työkykyisyydestä ja ammattitaidon ylläpitämisestä. Jokainen, niin työnantaja kuin työntekijäkin vaikuttaa työpaikan myönteiseen ilmapiiriin omalla osaamisella, tekemisellä ja positiivisuudella.

Työhyvinvointiin vaikuttaa myös toimivat tilat sekä erityisesti toimivat työvälineet, sujuvat ja selkeät työprosessit ja päätöksenteon selkeä linja sekä helppous. Suuria vaikuttavia tekijöitä ovat myös työntekijöiden arvostamisen näkyminen ja ylläpidetty työkuultuuri. (Sosiaali- ja Terveysministeriö 2016)

Hyvä esimiestyöskentely tukee osaltaan hyvinvointia. Käytännössä esimies voi vaikuttaa paljon, jopa hyvin pienillä päivittäisillä teoilla, työn tekemiseen liittyviin asioihin, jotka taasen vaikuttavat suoraan työhyvinvointiin.

Työelämässä vaatimukset kasvavat koko ajan ja tehtävät monipuolistuvat. Tällä koetellaan esimiehen johtamisvalmiuksia. Esimiehen työnkuvassa yhdistyvät alaisten sekä erilaisten työasioiden johtaminen ja ohjaaminen. Työn tavoitteet on aina tarpeen tietää, jotta esimies voi tehdä oman työnsä ja olla johdonmukainen. Esimiehen on hyvä myös tuntee työn arkipäiväiset haasteet ja toimintamallit voidakseen antaa täyden panoksen työssään sekä ollakseen tukena työntekijöilleen. (Työturvallisuuskeskus 2016)

Vuorovaikutuksen toimivuudella esimiehen ja alaisten välillä on suuri vaikutus siihen kuinka työntekijät kokevat hyvän johtamisen ja tämän myötä syntyvän työhyvinvoinnin. Hyvien vuorovaikutustaitojen ominaisuudet täyttyvät kun muistetaan pitää yllä avoimuutta,

kuuntelua, luottamusta ja empatiakykyä. Hyvällä esimiestyöllä lisätään alaisten motivaatiota, sitoutumista, ehkä jopa jaksamista työssä sekä eritoten halukkuutta jatkaa omissa työtehtävissä. Oikeudenmukaisuus päivittäisessä johtamisessa on erityisen tärkeää. Se pitää sisällään kaikkien tasapuolisen kohtelun, aina päätöksentekoprosesseja myöten. Päätöksentekoprosessit taas perustuvat aina faktatietoon ja niille on voitava antaa selkeät perustelut. Tarpeen vaatiessa huonot päätökset on kyettävä purkamaan.

Työhyvinvoinnin kehittäminen on hyvä toteuttaa koko henkilöstön voimin. Tosin jos tähän ei ole jostain syystä mahdollisuutta, tulee pitää huoli, että koko henkilöstön toiveet ja tunteukset otetaan huomioon työhyvinvoinnin kehityskohteita valittaessa. Kehityskohteiden tunnistaminen on erityisen tärkeää, mutta samalla on hyvä katsoa hieman tulevaisuuteen ja miettiä työhyvinvoinnin merkityksellisyyttä tulevaisuuden haasteisiin vastaamisessa. Työhyvinvointi saattanee hyvinkin olla se suuri voimavara työyhteisössä, jolla selvittää esimerkiksi mahdollisista tulevaisuuden tuomista haasteellisista muutoksista. (Työturvallisuuskeskus 2016)

Yleisimpiä työhyvinvoinnin kehittämiskohteita työpaikoilla ovat itse työolot, työntekijöiden ammatillisen osaamisen kehittäminen ja työkyvyn ylläpitävä toiminta, jossa iso rooli on työntekijän lisäksi myös toimivalla työterveydenhuollolla. Työterveydenhuollon lisäksi työhyvinvoinnin muita tukijatahoja ovat työsuojelu- ja luottamushenkilöt sekä useimmissa yrityksissä oleva henkilöstöhallinnon tiimi. Näillä tahoilla on asiantuntevaa tietoa, joka on nimenaan tarkoitettu tilanteisiin joissa esiintyy syystä tai toisesta ongelmia sekä tietoa ja taitoa joka voidaan ottaa avuksi kehittämiseen liittyvissä tilanteissa.

2.2 Työhyvinvoinnin tavoitteet ja seuranta

Työhyvinvoinnin yksi keskeisimmistä asioista on voimavarat. Kehityksestä puhuttaessa ei aina kannata huomioida vain ongelmia, myös voimavaroja on mietittävä sekä osattava hyödyntää. Voimavaroilla saadaan vahvistettua työhyvinvointiin liittyviä myönteisiä kokemuksia. Kehitykselle tulisi aina asettaa tavoitteet ja toteuttaa ne esimerkiksi projektitalalla. Tämä helpottaa kehityksen seurantaa ja eri työvaiheiden tarkastelua. (Keva 2014)

Kaiken kaikkiaan, hyvin yksinkertaisesti, työhyvinvoinnin tavoitteena on pitää työntekijät terveinä ja työkykyisinä, koko työuran ajan. Tavoite saattaa kuulostaa kovalta, mutta se on mahdollista saavuttaa kun työympäristö on turvallinen, työpaikka on viihtyisä ja työntekijän työkyvystä ja työssä jaksamisesta pidetään huolta. Työkykyyn ja työssä jaksamiseen vaikuttaa täysin myös työntekijän oma panos. (Keva 2014)

Työhyvinvointia voidaan seurata, sille voidaan asettaa tavoitteita ja mittareita. Jotta seuranta saadaan läpinäkyväksi, on mietittävä työhyvinvointia strategiselta kannalta. Työhyvinvointi on strategista kun sen vaikutukset työntekijöiden hyvinvointiin, palvelun sujuvuuteen ja talouteen ovat tunnistettavissa. Hyvin sujuvan työn on samanaikaisesti tuotettava tulosta ja hyvinvointia. Seurantaa varten on hyvä asettaa selkeät tavoitteet, sopia toimet millä asetettuihin tavoitteisiin pyritään ja määritellä mittarit joiden avulla toimintaa ja tuloksia voidaan arvioida. Säännöllinen arviointi mahdollistaa jatkuvan kehittämisen. (Keva 2014)

Yksinkertainen ja helppo tapa tarkastella työhyvinvoinnin tilaa on ensin selvittää lähtötilanne kokoamalla tietoa henkilöstön tilasta. On kannattavaa selvittää mitkä henkilöstöön liittyvät asiat vaikuttavat eniten tulokselliseen ja laadukkaaseen työn tekemiseen. Selvityksen jälkeen tulee miettiä miten asioiden tulisi olla ja asettaa tavoitteet. Tavoitteissa voidaan mm. miettiä missä asioissa halutaan muutosta ja millainen muutoksen tulisi olla sekä asettaa aikataulu. Tavoitteiden ollessa asetetut, on määriteltävä toimet ja prosessit joilla muutokset saadaan aikaan. Lopuksi on tärkeää arvioida onko tavoitteet saavutettu, onko valitut toimenpiteet toteutunut ja toimineet odotusten mukaisesti. Kehittäminen lähtee liikkeeseen kun tilanneanalyysi tehdään siitä, mikä on nykytilanne. (Keva 2014)

2.2.1 Työhyvinvointi tänään

Työhyvinvointi on ehkä yksi suurimpia yrityksen tai organisaation menestystekijöitä. On sanomattakin selvää, että strategisen työhyvinvoinnin johtamisella on vaikutus työn tuottavuuteen. On ensi asteisen tärkeää, että hyvinvoinnin tärkeys on huomioitu, mutta vielä tärkeämpää on työhyvinvoinnin kehittäminen.

Työhyvinvointi ei ole pelkästään tyhy- tai tyky-päiviä, yhteisiä pikkujouluja, henkilöstöpäiviä tai perjantaiskumppia. Hyvinvointiin vaikutetaan laaja-alaisesti mm. osaamisella, motivaatiolla, innostumisella, hyvällä johtamisella ja ilmapiirillä. Näiden kautta työpaikoilla parannetaan tehokkuutta ja tuottavuutta sekä minimoidaan sairaspotentialit. Liikevoitto ei juuri koskaan ole sattumaa, vaan se on tekemisen lopputulos. Liikevoitto on seurausta kokonaisvaltaisesta johtamisesta ja hyvinvoinnista. Pitkän aikavälin lopputulema on seuraus motivoituneista työntekijöistä, jotka ovat valmiita tekemään kaikkensa yrityksen ja työpaikkansa menestymisen eteen. Ainoastaan työssään viihtyvä, motivoitunut työntekijä tietää mihin tulisi pyrkiä, on aikaansaava ja pystyy jopa luomaan uutta. Yksi keskeisempiä asioita on hyvä johtaminen, jonka seurauksena on työhyvinvointia ja se peilautuu liiketoiminnan menestykseen. (Satu Pakarinen, PhD, Työterveyslaitos TTL)

Aiemmin työntekijä nähtiin jopa suurena menoeränä yrityksille. Tuolloin koko työaika tuli käyttää mahdollisimman tehokkaalla tavalla. Nykyään, onneksi, työntekijä on arvokkaampi osa yrityksen henkistä pääomaa. Työntekijä saatetaan nähdä jopa sijoituksena tulevaisuuteen, jota tulee kehittää ja hoitaa. (Satu Pakarinen, PhD, Työterveyslaitos TTL)

Muutos parempaan työhyvinvointiin lähtee siitä, että tehdään jotakin toisin kuin ennen. Jokainen meistä voi miettiä mitä voitaisiin tehdä jo heti tänään. Muutos voi lähteä niinkin pienestä kuin toisten arvostamisen lisäämisestä. Arvostava työyhteisö on aina kehittämisen tukipilari. (Satu Pakarinen, PhD, Työterveyslaitos TTL)

Hyvinvoiva työntekijä tekee enemmän kuin velvollisuutensa. Hyvinvoiva työntekijä tekee työnsä kunnialla, koska nauttii työstään. Työhyvinvoinnin tutkimukset ovat jopa osoittaneet, että jokainen työhyvinvointiin sijoitettu euro tulee keskimäärin kuusinkertaisena takaisin! (Satu Pakarinen, PhD, Työterveyslaitos TTL)

Kaikella on aina nurjapuolensa. Työhyvinvoinnin ollessa niin sanottu trendi, voidaan miettiä myös sen varjopuolia. Varjopuolista on puhuttu jopa hyvinvointisyndroomana. Suurin uhka työelämän hyvinvoinnissa on varmastikin yksipuolinen työntekijöiden terveyden ja elintapojen korostaminen. Näihin keskittyminen jättää monesti huomioimatta työhyvinvoinnin tärkeitä perusasioita, kuten työn organisoinnin ja sen vaikutuksen työn tekoon sekä hyvän, oikeudenmukaisen johtamisen.

Terveyden liiallinen korostaminen sekä ulkoisten kriteerien ylistäminen voivat pahimmillaan lisätä työntekijöiden välistä eriarvoisuutta. Työ- ja elinkeinoministeriön tutkimuksen mukaan terveydentila on yleisin syrjintäperuste työelämässä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014)

2.2.2 Talous ja tuottavuus

Hyvinvoiva henkilöstö on yrityksen tai organisaation suurin ja ehdottomasti tärkein voimavara. Työhyvinvoinnilla on suora vaikutus yrityksen kilpailukykyyn, taloudelliseen tulokseen sekä maineeseen. Se on kilpailukeino, jolla luodaan kestävää tuloskehitystä ja hyvinvoivien ja motivoituneiden työntekijöiden avulla yritys kykenee reagoimaan muuttuviin suhdanteisiin. (Lapin Yliopisto 2016)

Tutkimusten mukaan jokainen työhyvinvointiin sijoitettu euro tulee keskimäärin kuusinkertaisena takaisin. Työhyvinvointia ei missään nimessä tulisi siis vähätellä. Hyvinvoimattomuus näyttäytyy yrityksissä ylimääräisinä kustannuksina. Työhyvinvoinnin heitteillejättö lisää yleensä välittömiä sairauspoissaoloja, jotka aiheuttavat kuluja yrityksille. Siitä seuraa

yleensä myös huomattavia tapaturma-, vakuutus-, ja työkyvyttömyyseläkekustannuksia. Sairauspoissaolot saattavat olla jopa kolminkertaiset työntekijän palkkaan nähden. Näin toki silloin jos otetaan huomioon mahdollinen korvaavan työntekijän rekrytointi ja palkkaus, sairastavan työntekijän menetetty työpanos ja tuottavuuden aleneminen. (Pietilä, T., Lahdensaari-Nätt, L., Tuure, V.M. 2011)

Sairauspoissaolot aiheuttavat yrityksille vuosittain tuntuja lisäkustannuksia. Sairauspoissaolojen alle 10 päivää kestävä sairauslomat ovat kaikkein kalliimpia. 10 päivän omavastuajan jälkeen Kansaneläkelaitos maksaa sairauspäivärahaa työnantajalle. (Kela 2012)

Työhyvinvointia tukevat toimenpiteet saavat yhtiössä aikaan välittömiä ja välillisiä taloudellisia vaikutuksia (taulukko 1). Tuottojen ja kustannusten välisen suhteen parantuessa, toiminnan kannattavuus lisääntyy.

Välitön taloudellinen vaikutus	Välillinen taloudellinen vaikutus	Lopullinen taloudellinen vaikutus
<ul style="list-style-type: none"> Sairauspoissaolo-, tapaturmavakuutus- ja työkyvyttömyyseläkekustannukset Tehokas työtuntien hyödyntäminen Työntekijän tuottavuus 	<ul style="list-style-type: none"> Työn laatu Työn tuottavuus Innovointikyky 	<ul style="list-style-type: none"> Kannattavuus Kilpailukyky

Taulukko 1: Työhyvinvoinnin taloudelliset vaikutukset (Pietilä, T., Lahdensaari-Nätt, L., Tuure, V.M. 2011)

2.2.3 Jaksaminen; uupumus, stressi, masennus, työaika

Työssä jaksamisen perusedellytykset muodostuvat kunnollisista työoloista, työssä tarvittavasta osaamisesta, mielekkästä työstä sekä työntekijän työkyvystä ja yksityiselämästä. Kunnollisilla työoloilla tarkoitetaan turvallisuutta, eli työolosuhteiden on oltava kunnossa, työn määrän sopiva ja työn järjestelyt asianmukaiset. Työn vaativuus, vaihtelevuus ja uuden oppimisen mahdollisuus ovat yhteydessä työntekijän osaamiseen. Oppimiseen pitää olla mahdollisuus, etenkin työnkuvan muuttuessa.

Työn mielekkyys ja motivaatio vaihtelevat. Niiden ylläpitämiseksi tarvitaan muun muassa luottamusta, oikeudenmukaista ja avointa esimiestyötä, kokemusta työn arvostuksesta ja palkitsevuutta. Toimivat henkilökemiat ja vuorovaikutuksen helppous usein tukevat työssä jaksamista.

Ihminen ei ole kone. Paitsi oma työkyky ja terveys myös yksityiselämässä tapahtuvat asiat vaikuttavat työssä jaksamiseen. On oleellista pitää mielessä, että kukaan ei ole täydellinen, eikä tarvitse ollakaan, vaan kohtuullisen tuloksen tulisi olla riittävä.

Varhaisen tuen malli on toimintatapa työssä jatkamisen ja jaksamisen tueksi. Sillä pyritään ennakoimaan työkyvyn heikkenemisen uhkaa, korjaamaan heikentynyttä työkykyä ja edistämään sitä, että työntekijät jaksavat työssään mahdollisimman pitkään. Kun työkykyongelmiin tartutaan ajoissa, on erilaisia toimintavaihtoehtoja enemmän käytössä. Varhainen tuki on työkyvyn heikkenemisen ennakointia ja kokonaisvaltaista työhyvinvoinnin edistämistä. (Keva 2016)

Kun työssä jaksaminen tuntuu vaikealta, tulee pohtia syitä mistä jaksamattomuus johtuu. On myös samalla hyvä miettiä tapoja kuinka jatkaa eteenpäin ja edesauttaa jaksamistaan. Kehityskeskustelut ovat erinomainen tilanne keskustella työssä jaksamisesta. Tällöin keskusteluhetki on luonnollinen ja vain esimiehen ja alaisen välinen. Yrityksen työsuojeluvallatutetun on mahdollista toimia tukihenkilönä asioiden käsittelyssä ja eteenpäinviemisessä. Työterveyshuolto on apuna, kun työntekijän terveys on vaarassa. Sairauspoissaoloilla ei työssä olevat ongelmat koskaan korjaannu, vaan työstä johtuva jaksamattomuus tulee käsitellä työpaikalla. Työterveyshuollon tulisi keskittyä enempi työkyvyn ylläpitoon, työhyvinvointiin ja työperäisten sairauksien ennaltaehkäisyyn, yhdessä työnantajan kanssa.

2.2.4 Oma vastuu ja teot

Työhyvinvointi on aina myös jokainen henkilökohtainen asia, josta jokaisen tulisi vastata omalta osaltaan. Oma vapaa-aika vaikuttaa merkittävästi myös työn sujuvuuteen ja työpaikalla jaksamiseen; kuinka nukut, syöt, juot ja liikut. Toki nämä ovat jokaisen omia asioita, mutta näillä jokainen voi edesauttaa omaa jaksamistaan, niin työssä kuin vapaa-aikakin. Työn sujuvaksi, terveelliseksi ja turvalliseksi tekemisen tarve ja halu itsellä on kaiken A ja O, eikä tekemistä tarvitse sitoa paikkaan tai aikaan, hyvinvoinnin valinnat kulkevat jatkuvasti mukana. (Kantolahti, Minä otan vastuun 2015)

Työssä ja työpaikalla on myös monia asioita mihin jokainen voi itse vaikuttaa; asenne, käyttäytyminen ja toisten arvostaminen näistä varmasti tärkeimpiä. Näillä asioilla on vaikutus ryhmien ja tiimien toimintaan joissa itse on mukana.

Hyvinvoinnilla on tapana siirtyä myös ihmisestä toiseen epäsuorasti: esimerkiksi yksilön hyvin- tai pahoinvoinnin tila vaikuttaa todennäköisesti hänen sosiaaliseen käyttäytymiseensä ja sitä kautta myönteisesti tai kielteisesti hänelle läheisten ihmisten tunteisiin ja hyvinvointiin (Cowlshaw, Evans, McLennan 2010)

3 Work goes happy-työhyvinvointitapahtuma

WGH eli Work goes happy on työhyvinvointikonsepti. Konseptin luo ideoita ja keskustelua työhyvinvoinnista ja työelämästä. Päättarkoituksena on tiedottaa työhyvinvointiin liittyvistä asioista asiantuntijoille, työyhteisöille sekä tapahtuman yhteistyökumppaneille. WGH tuottaa asiapitoisia, mutta viihdyttäviä ja mieleenpainuvia työhyvinvoinnillisia elämyksiä ja tapahtumia. (Work goes happy 2016)

Joka vuotinen työhyvinvoinnin päätapahtuma järjestetään aina keväisin Helsingissä. Tämän vuoden, 2016, tapahtuma järjestettiin tiistaina 15.3. Wanhassa Satamassa. Tapahtuman tarkoitus on tehdä työhyvinvoinnista kaikille helpommin lähestyttävä ja mielenkiintoinen aihe. Se on monipuolinen yhdistelmä messuja, lavaohjelmaa; työhyvinvoinnin puhujia ja luennoitsijoita, ja kaikille avoimia workshoppeja. Work goes happy kokoaa yhteen työelämän ja työhyvinvoinnin tärkeimmät toimijat ja yritysten edustajat. Kaikille työyhteisöille avoin tapahtuma on kävijöille maksuton, mutta heidän tuli kuitenkin rekisteröityä joko nettissä etukäteen tai tapahtumaan tullessa infossa.

3.1 Historia ja konsepti

Työhyvinvointikonsepti teki ensimmäisen kiertuetapahtumansa vuonna 2012, vaikka idea saatettiin alulle jo 2010. Kiertuekaupunkeja ensimmäisenä vuonna olivat Helsingin lisäksi Tampere, Lahti, Turku ja Jyväskylä. Kevään kiertue ei kuitenkaan ottanut tuulta alleen, joten maakuntien osalta tapahtumat siirrettiin saman vuoden syksyyn. Mukana oli paljon huippufirmoja, mutta ei kävijöitä. Maakunnista Turku nousi tapahtumallaan ylitse muiden. Seuraavan vuoden fokus päätettiin pitää Helsingin tapahtumassa.

Jo tuolloin tapahtuma pyrki herättämään ajatuksia jokaisen omasta vastuusta työhyvinvoinnissaan. Ensimmäisen kiertueen aiheena oli muun muassa ergonomia, yhteishenki, taidot ja elämäntapa. Tapahtuma pyrki nimenomaan puhuttelemaan yritysten jokaista työntekijää, eikä vain johtoa. Ensimmäisiä suurempia yhteistyökumppaneita tuolloin olivat sosiaali- ja terveysministeriö, Työterveyslaitos ja Työturvallisuuskeskus. Work goes happy toimi myös työhyvinvointibrändinä kaikille yrityksille, jotka halusivat sitoutua parantamaan tiettyjä Työterveyslaitoksen antamia vuosittaisia pääkohtia.

Alkujaan inspiraationa tapahtumalle toimi vuodesta 2004 lähtien järjestetty yritysten bändikilpailu Firmarock, jossa yritysten henkilökunnan yhteisöllisyyttä on koetettu parantamaan ajatuksella ”Tittelit pois, tiimihenki tiivistyy”. Molemmat tapahtumat tuohon aikaan tuotti tapahtumamarkkinointiin erikoistunut Office Beat-yritys. Tapahtuma on ollut alusta asti kävijöille ilmainen.

Loppuvuodesta 2014 Work goes happy solmi puhujia ja juontajia välittävä Speakersforumin kanssa virallisen yhteistyösopimuksen. Sen myötä on päätapahtumissa kuultu Speakersforumin puhujaverkoston työhyvinvoinnin asiantuntijapuhujia, kuten näyttelijä Tom Pöysti, urheiluvalmentaja Juhani ”Tami” Tamminen, selostajalegenda Antero Mertaranta ja psykologi, kirjailija ja yrittäjä Ilona Rauhala. Puhujaverkoston suosituimpia työhyvinvoinnin puhujia ovat lääkärit, psykologit, tutkijat, filosofit, yritysjohtajat, urheiluvalmentajat, kulttuurialan henkilöt ja työorganisaatiovalmentajat.

Nykyään tapahtuman järjestää Work goes happy Oy:n toimitusjohtaja Jyri Kansikas. Vuoden 2016 tapahtumassa mukana oli lisäksi muita opiskelijoita, vapaaehtoisina. Heistä yksi pidemmän aikaa aktiivisesti ja muut 8 olivat auttavina käsipareina itse tapahtumapäivänä Wanhassa Satamassa. Kansikas on ollut mukana alusta asti, aloittaen myynnistä ja kumppanuuksista, myöhemmin siirtyen pyörittämään koko toimintaa.

Work goes happyn konseptina on toimia työhyvinvointivalmennuksien kärki edellä ja tapahtumat ovat vain hyvä lisä tukemaan näitä valmennuksia. Mitä useampi tapahtuma on takana, sitä enemmän ne pyörivät omalla painollaan, ilman alun suurempia ponnisteluja. Viiden vuoden toiminta-ajatus on tehdä mukavia, mukaansatempaavia tapahtumia, joita kaikki muu ympärillä oleva toiminta kantaisi.

Work goes happy on mukana monessa ja uusimpana työistetään Valtion verkostohanketta ”Workathlon”.

3.2 Jatkumo, tavoitteet ja toiminta-ajatus

Työhyvinvointivalmennukset pyörivät jatkuvasti ja itse tapahtumien jatkumoa on mietitty aina hieman reiluksi vuodeksi eteenpäin. Näin Helsingin päätapahtumassa pystytään antamaan jo seuraavan vuoden päätapahtuman päivämäärä.

Maakuntien tapahtumia mietitään erikseen pitkin vuotta ja vielä tälle vuodelle päätettiin pitää tapahtuma Oulun Technopoliksessa 2.11.2016.

Tapahtumatuotannon kannalta on aina huomioitu mitä tapahtumalla ollaan viestimässä, kenelle se on suunnattu ja millaisissa puitteissa tapahtuma on mahdollista toteuttaa. Näiden lisäksi ovat budjetti, esiintyjät, juontajat ja ohjelma käyty läpi sekä koottu yhteen henkilöstön tarve ja logistiset järjestelyt.

Tapahtuman toiminta-ajatus tulevaisuuteen on pitää Helsingin päätapahtuma keväisin ja toteuttaa maakuntatapahtuma aina syksyllä. Tapahtuman järjestäminen vaatii rautaisia

osaajia ja alan tuntemusta, sitä Work goes happy:ssä löytyy toimitusjohtajalta. Pienikokoisten messujen kaltainen tapahtuma vaatii täsmällisyyttä, joustavuutta ja ehkä jopa rohkeutta onnistuakseen. Onnistumisella taas syntyy menestystarinoita ja tärkeitä kohtaamisia.

Sujuva tapahtuma antaa vaikutelman yrityksestä ja sen toimintaperiaatteista. Hyvin organisoitu ja onnistunut tapahtuma auttaa vahvistamaan brändiä ja verkostoitumaan uusien tahojen kanssa sekä ylläpitää jo olemassa olevia yhteistyösuhteita. Helsingin päätapahtuma oli kaikkea tätä, se oli onnistunut; kävijöitä oli ennätyksellisesti yli 2000.

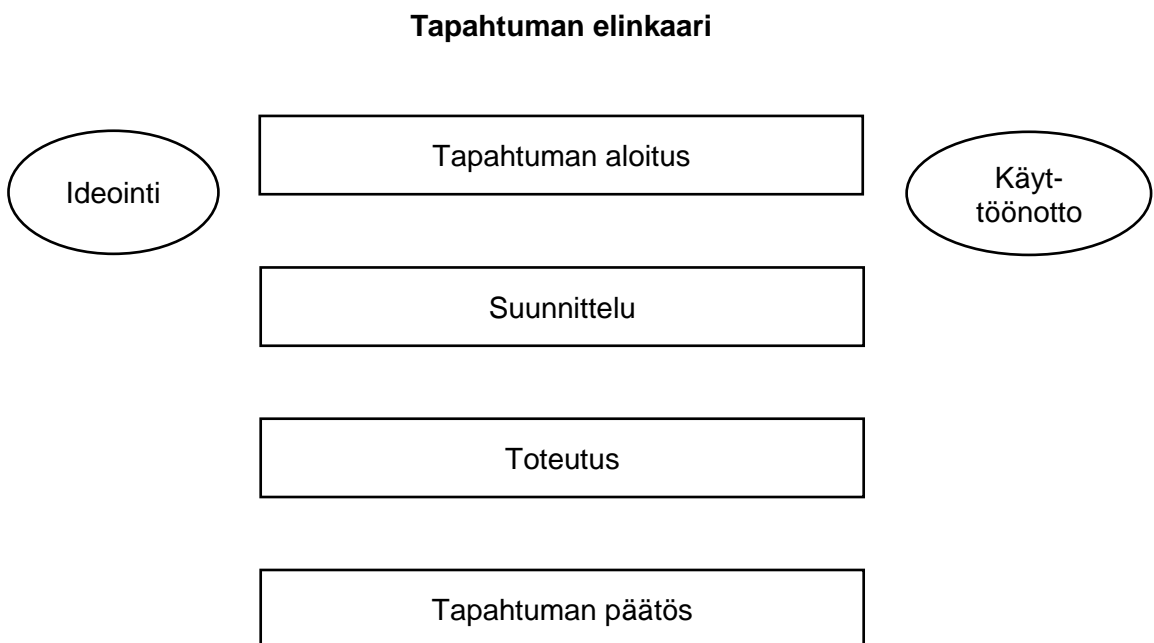
Tapahtuman tuotanto on iso kokonaisuus erilaisia vaiheita; esiintyjien valinta, näytteilleasettajat ja heidän paikat, tilan ylläpito, viestintä ja suunnittelu kokonaisuudessaan. Näille osa-alueille on yleensä omat tekijänsä, kun Work goes happy toimii yhden miehen voimin tällä hetkellä. Työntekijämäärää on tarkoitus lisätä myöhemmin syksyllä 2016 jos kaikki suunnitellut projektit tullaan toteuttamaan.

4 Tapahtuman järjestäminen ja markkinointi

Erilaisia tapahtumia on laidasta laitaan ja niiden teemoilla ja tarkoitusperillä on oikeastaan vain mielikuvitus rajana. Tapahtumasta voidaan yleisesti ottaen puhua myös yleisötilaisuutena. Sitä Work goes happykin on. Tapahtuma on useasti myös jonkin asteinen projekti, mikä kuvaa erinomaisesti myös työhyvinvointitapahtumaa.

Tapahtumilla ja projekteilla on selkeät tavoitteet ja päämäärät. Work goes happyn päämääränä on lisätä tietoutta työhyvinvoinnista ja ohjata sekä työnantajia että työntekijöitä oikeiden työhyvinvointitahojen suuntaan.

Tapahtuman järjestäminen jakautuu eri vaiheisiin (kuvio 2). Vaiheiden aikana on mahdollisuus, että tapahtuma muuttuu ja elää. Vaiheita kutsutaan elinkaareksi, jotka kuvastavat tapahtuman syntyä alusta loppuun saakka. Eri vaiheita ovat ideointi ja projektin alkuun saattaminen, suunnittelu, toteutus ja tapahtuman päätös.



Kuvio 2: Tapahtuman elinkaari (Iiskola-Kesonen 2004).

Work goes happyn markkinoinnin ja viestinnän hoitaa, kaiken muun ohella, Jyri Kansikas. Tapahtuman ollessa pääsymaksuton, on markkinointia rajattu lähinnä onlineen ja muutamainkin keskeisesti vaikuttaviin ulkomainontapaikkoihin. Vuoden 2016 tapahtuma markkinoitiin onlineen lisäksi HSL:n busseissa tarroilla, metroissa digitaalisella näytöllä sekä Rautatientorin Kompassitason suurella mainosnäytöllä.

Työhyvinvointialan vaikuttajat oli kutsuttu mukaan tapahtumaan. Tämä on yksi markkinointikeino; pelkästään alan vaikuttajan jakaessa tapahtumasisältöä, saa tapahtuma laaja-alaista näkyvyyttä.

Online-kanavissa Twitter oli ylitse muiden. Work goes happy on todella aktiivinen, niin twiittaamaan muiden twiittejä kuin luomaan niitä itse. Twitterissä @workgoeshappy:llä on tällä hetkellä noin 5000 seuraajaa. Lisäksi tapahtumalle on olemassa omat Facebook-sivut, jossa tykkääjiä on liki 2000. Ennen tapahtumaa oli jo päätetty sosiaalisen median hashtag tapahtumalle. Kaikessa yksinkertaisuudessaan se oli #WGH16. Tällä pystyimme seuraamaan tapahtumaan liittyviä keskusteluita ja näkyvyyttä yleensä. Twitterissä tapahtumaan liittyvää viestintää olisi ollut mahdottomuus seurata ilman hashtagia.

Itse tapahtumassa hyödynnettiin myös valokuvat. Luennoitsijoita ja workshoppeja kuvattiin ahkerasti ja linkattiin sosiaalisen median kanaviin WGH16-hashtagilla. Kuvat ovat erinomainen tapa olla näkyvillä, myös niille jotka eivät itse ole päässeet tapahtumapaikalle.

Radiossa ei suoranaisesti ollut pelkkiä mainosspotteja, mutta Radio Novalla tuotettiin 10 eri aiheeseen liittyvää podcastia, jotka ovat kuunneltavissa edelleen workgoeshappy.fi-sivustolla. Podcastien aiheet olivat seuraavat

- Aivoterveys ja tutkimus Merja Rekola, Aivosäätiö (18.2.2016)
- Aivotyön haasteet työelämän muutoksessa Virpi Kalakoski, Työterveyslaitos TTL (16.2.2016)
- Vähemmän suorittamista, pienemmät paineet Sinikka Vepsä, Yksi elämä hanke (11.2.2016)
- Mielen hyvinvointi työelämässä Tony Dunderfelt (9.2.2016)
- Tunneäly työelämässä Vappu Pimiä, Kari I. Mattila, Johtajuustaito (28.1.2016)
- Suoliston toiset aivomme Ravintovalmentaja Annika Havaste (26.1.2016)
- Kymmenen askelta voittajaksi Juhani Tamminen (21.1.2016)
- Stressi ja palautuminen Jori Palenius, First Beat Oy (19.1.2016)
- Psykologinen pääoma Ilona Rauhala (14.1.2016)
- Työelämä ja päihteet Antti Hytti, Ehyt ry (12.1.2016)

Näiden lisäksi Work goes happy lähetti ja lähettää edelleen säännöllisesti uutiskirjeitä. Uutiskirjeiden lähetysmäärä kasvaa aina tapahtuman alla. Uutiskirjeiden avulla kävijät yritettiin ottaa haltuun jo ennen tapahtumaa. He saivat lisätietoa luennoista, workshoppeista ja kaikista ajankohtaisista aiheista. Tällä tavoin heräteltiin myös keskustelua sosiaalisessa mediassa.

5 Tapahtumasuunnitelma

Yhden miehen yrityksessä ei paperille kirjattua tapahtumasuunnitelmaa ole, vaan kaikki tieto ja taito on Jyri Kansikkaalla itsellään eli yhden miehen muistin varassa. Suunnitelma olisi kuitenkin hyvä tehdä, jotta se helpottaisi jatkoa. Suunnitelma olisi ollut ensiarvoisen tärkeää myös meille avustajille. Selkeän suunnitelman avulla jokainen olisi voinut keskittyä paremmin omaan tekemiseensä ja tämä olisi helpottanut ja vähentänyt jokaisen työmäärää. Sen avulla olisimme heti päässeet perille missä mennään ja mitä tulisi tehdä seuraavaksi. Tämä olisi myös helpottanut meidän työnkuvan sisäistämistä.

Ennen tapahtumaa tapasimme projektipalaverin merkeissä useamman kerran viikossa. Projektipalavereissa kävimme aina tapahtuman kulun sekä sen hetkisen statuksen läpi. Samalla jaoimme myös seuraavia työtehtäviä. Jos WGH:llä olisi selkeä tapahtumasuunnitelma, olisi jokaisen osallistuvan helpompi tehdä työtä ja viedä tapahtumaa kohti menestyksestä päivää.

Palavereiden lisäksi päivittäisiä yhteydenottoja oli puhelimitse ja sähköpostitse. Pitkin projektia tuli varmistettavia ja hoidettavia asioita mieleen.

Tapahtumasuunnitelmassa tulisi määritellä ja ilmetä tavoitteet, kohderyhmä, henkilökunta, markkinointi ja viestintä. Suurin osa näistä ovat tapahtumaprojektille selkeitä, mutta ne tulisi kirjata myös tapahtumasuunnitelmaan. Toimintaympäristön kartoitus olisi niin ikään suotavaa. Joku muu paikka saattaisi toimia tapahtumalle vielä paremmin kuin Wanha Satama.

Tapahtumasuunnittelussa on hyvä pohtia miksi tapahtuma järjestetään, kenelle se järjestetään, mitä oikeasti ollaan järjestämässä, kuinka tapahtuma toteutetaan, mikä on ohjelma ja tapahtuman tavoite.

Perussuunnitelman ollessa kunnossa, voidaan keskittyä tarkemmin markkinointisuunnitelmaan, erilaisiin viranomaisten vaatimiin lupiin, esiintyjiin ja tapahtumalle määritellyn budjetin sisällä pysymisessä.

5.1 Sidosryhmät

Tapahtuman sidosryhmiä ovat kaikki yhteistyökumppanit ja tahot, joiden kanssa Work goes happy on tekemisissä ja joihin tapahtuma vaikuttaa. Ilman näitä sidosryhmiä ei tapahtumaa olisi lainkaan. Work goes happy-projektissa sisäiset sidosryhmät ovat huomattavasti pienemmät kuin ulkoiset. Sisäisiä sidosryhmiä tapahtumalla on vain vakituiset eli

toimitusjohtaja itse ja osa-aikaiset työntekijät sekä henkilöt, jotka työskentelevät vain tapahtumapäivänä avustavissa tehtävissä. Osa-aikaiset tekijät sekä avustavissa tehtävissä toimivat ovat yleisesti ottaen koko ajan olleet vapaaehtoisia. Vapaaehtoisen motiivina on useasti ollut joku kouluprojekti ja työkokemus.

Ulkopuolisia sidosryhmiä ovat kaikki tapahtumassa käyneet ja yhteistyökumppanit, joista suurin kevään 2016 tapahtumassa oli Ilmarinen. Muita sidosryhmiä ovat tavarantoimittajat mm. markkinointimateriaalin toimittajat, viranomaiset ja ympäristö. Rahoittajia tapahtumalla ei ole. Sidosryhmät ovat aina vuorovaikutteisia suhteita eli esimerkiksi työntekijänä tein tapahtumassa töitä eli annoin työpanokseni ja Work goes happyn vastike työpanokselleni oli opinnäytetyön aihe sekä mahdolliset jatkotyöt tapahtumien parissa.

Yhteistyökumppaneista suurimpiin lukeutui HSL Helsingin Seudun liikenne – kuntayhtymä, Johtajuustaito.fi, Suomen mielenterveysseura, Työelämä 2020 – hanke, Työterveyslaitos TTL, Työturvallisuuskeskus TTK, vain mainitakseni muutamia. Suurin yhteistyökumppani oli todella Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen ja he jatkavat ainakin vielä Oulun tapahtumassa.

5.2 Ohjelma

Viidettä kertaa järjestetyssä tapahtumassa oli todella runsas ohjelma; monipuolinen messualue sekä lavaohjelma niin pää- kuin teemalavoilla, kahdeksan eri workshopia, useita luennoitsijoita, puhujia, näytteilleasettajia ja kilpailuita. Kävijöillä oli jopa mahdollisuus kuvauttaa itsensä Tulinen & Partners-osastolla, jossa henkilöstökuvaustiimi otti värikkäitä muotokuvia maksutta. Päälavaa isännöi näyttelijä, ohjaaja ja käsikirjoittaja Simo Routarinne.

Vuoden 2016 päätapahtuman teemana olivat aivot ja mieli. Mukana olivat näkyvästi Aivo-liitto, Aivosäätiö, EHYT ry sekä Muistiliitto. Alan asiantuntijoita kuultiin päälavalla sekä D-salin teemalavalla.

Päälavalla käsiteltiin aiheita paremman työelämän tuloksellisuudesta, stressinhallinnasta ja oman mielen johtamisesta. Päälavalle puhumaan nousivat päivän mittaan mm. Business Psychologist Stephen Walker, Työhyvinvoinnin johtamisen dosentti Marja-Liisa Manka, psykologi, luennoitsija ja tietokirjailija Tony Dunderfelt, psykologi, tietokirjailija ja yritysvalmentaja Ilona Rauhala sekä Juhani Tamminen kertoo 10 askelta voittajaksi.

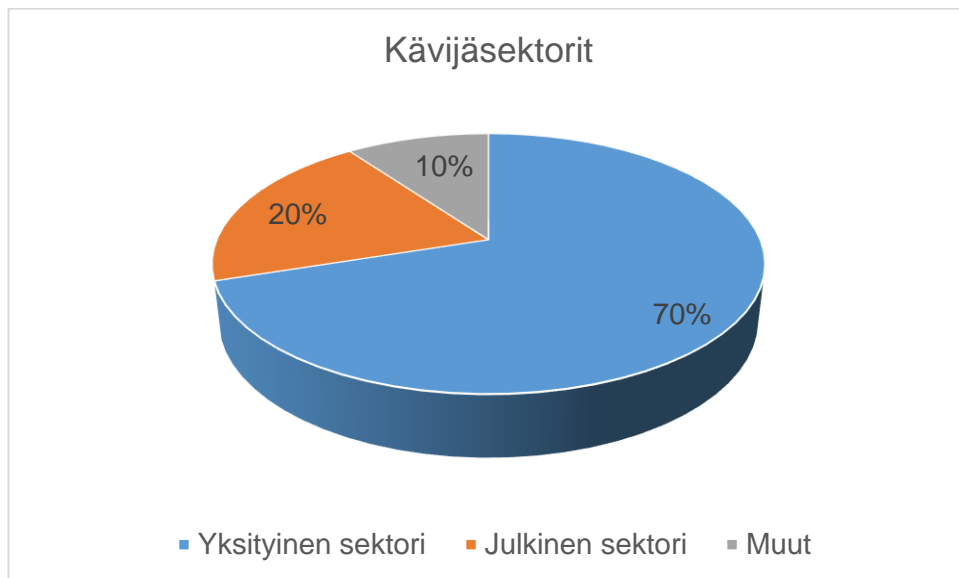
Teemalavalla juonsi Reidar Wasenius, viestinnän kouluttaja ja mielenhallinnan valmentaja. Wasenius johdatti kävijät mielen maailmaan ja päivän päätteeksi lavalla jaettiin viidensien Aivourheilukisojen palkinnot.

Mielenkiintoisia workshopeja oli muun muassa olympiamitalisti ja Rio-yrittäjä Silja Kanervan lähestyminen työssä jaksamista ja työelämän haasteiden kohtaamista kohtaan. Hänellä oli myös aimo annos vinkkejä tiimityöhön. Silja kävi läpi asioita, joita hän itse on kohdannut yhdistäessään yrittäjän arjen, perheen sekä kilpailu-uran. Pääpaino oli aiheissa työssä jaksaminen, paineen alla toimiminen, epävarmuus, burnout, odotukset ja niiden hallinta, suorituskkyky ja epäonnistumiset ja heikkoukset.

Tapahtumassa oli myös huomioitu viittomakieliset. Viittomakielialan Osuuskunta Via tarjosi viittomakielen tulkkaukset koko päivän ajan Work goes happyn päälavalla.

6 Tapahtumapäivä 15.3.2016

Vuoden 2016 työhyvinvoinnin päätapahtuma keräsi ennätyselliset 2130 rekisteröitynyttä kävijää. Luku olisi isompi jos kaikki pakalle saapuneet olisivat rekisteröityneet viimeistään ovella. Kävijämäärä on viisi vuotisen historian suurin. Naisten määrä kävijöistä oli 65 %. Edustetuin ikäryhmä oli 30 – 55 vuotiaat ja yleisin vietetty aika tapahtumassa oli 4 h. Nämä luvut selvisivät teetetystä kyselystä, johon vastasi hieman yli 400 kävijää, rekisteröinneistä ja sovelluksen seuraamisesta. HR päättäjiä tapahtumapäivänä kävi huomattavasti enemmän kuin edellisinä vuosina, mikä oli ilo huomata.



Taulukko 3 Tapahtuman kävijäsektorit. Taulukko perustuu rekisteröityneisiin kävijöihin.

Tapahtumapäivän pyöritimme 11 henkilön voimin, mikä oli aivan minimi tämän kokoiselle tapahtumalle. Avustavia käsipareja tarvittiin infossa, narikoissa ja lavojen teknisissä avuksissa. Yhteystuumin kaikki hoidimme kaikkia, jotta jokainen saa mahdollisimman laajan käsityksen päivän kulusta. Päivän koordinointi oli minun sekä toisen opiskelijan vastuulla, Jyrin hoitaessa mediaa ja myyden ensi vuoden tapahtumaa.

Ennen tapahtuman aukeamista vierailijoille, olimme jo hyvissä ajoin paikalla mm. viitoittamassa messualueita sekä ripustamassa päivän ohjelmia paikoilleen. Myös tapahtuman jälkeen meitä oli useampi pakkaamassa tavaroita ja laittamassa tiloja sellaiseen kuntoon, että ne voitaisiin jälleen luovuttaa Wanhan Sataman omaan käyttöön.

6.1 Palautekysely

Tämän kevään Work goes happy tapahtumassa vieraili kaikkiaan 2133 rekisteröitynyttä kävijää. Heille teetimme palautekyselyn tapahtuman jälkeen ja vastauksia saimme yhteensä 428. Vastausprosentti oli vaatimaton 20 %.

Palautekysely päätettiin tehdä lyhyeksi ja ytimekkääksi, joten kysymyksiä oli vain neljä. Kysymykset valittiin huolella, ajatellen lähinnä tulevaa. Kysely tehtiin Webropolin kautta ja kysymykset olivat;

1. Mitä mieltä olit tapahtuman sovelluksesta?
2. Mistä luennoista tai esityksestä pidit eniten tapahtumassa?
3. Mistä olisit tahtonut kuulla lisää?
4. Olisitko valmis maksamaan sisäänpääsystä tapahtumaan (15, 20, 25 euroa)?

Tapahtuman applikaatio toimi käyttäjien mielestä erinomaisesti ja he olivat löytäneet tarvitsemansa tiedon sitä kautta. Applikaation pääkäyttäjät olivat hieman keski-ikää nuorempia.

Päälavan esitykset kiinnostivat päivässä eniten. Mikä toki oli jo ennalta arvattavissa erinomaisen ohjelmat ja tuttujen puhujien vuoksi.

Kävijöiden mielestä tapahtumassa olisi voinut olla lisää itsensä johtamisesta. Se tuntui kiinnostavan liki jokaista vastaajaa.

Positiivinen yllätys oli, että kävijät olisivat valmiita maksamaan sisäänpääsymaksua vierailukseen tapahtumassa, jopa 20 €. Kyselyyn vastanneet olivat todennäköisesti aktiivisimmat tapahtumavierailijat ja nimenomaan heille sopisi myös nimellinen pääsymaksu tapahtumaan. Vielä ainakin ensi vuonna tapahtuma on edelleen maksuton.

6.2 Mobiilisovellus

Visuaalisuus on tällä hetkellä viestinnän ydin, etenkin online mediassa. Tapahtumakävijöille on tänä päivänä äärimmäisen tärkeää päästä tekemään itse tapahtumaa, olla siinä osallisena ja mikä olisi tähän parempi keino kuin sosiaalinen media ja mobiilisovellukset.

Work goes happyllä oli tapahtuman ajan oma mobiilisovellus käytössä, jossa oli myös fiilisnappi millä pystyi välittämään ja seuraamaan fiiliksiä reaaliaikaisesti. Mobiilisovellus oli ladattavissa Google Play kaupassa ja Apple Storessa, täysin kuluitta.

Sovelluksessa oli koko tapahtumapäivän ohjelma ja aikataulut, informaatio yhteistyökumppaneista sekä lista näytteilleasettajista. Sympaattisten hymiöiden avulla mobiilisovelluksessa oli helppo jakaa tunnelmiaan ja kommenttejaan.

Käyttäjiä mobiilisovelluksessa oli tapahtumapäivän aikana 258. Sovellus sai kaikkiaan 1336 katselukertaa 13. – 16.3. aikavälillä. Sovelluksen istuntojen keskimääräinen pituus oli jopa 24 minuuttia. Käyttäjäjako oli suhteellisen tasaista, 54,15 % miehiä ja 45,85 % naisia. Suurin edustettu ikäryhmä oli 25 – 34 vuotiaat.

6.3 Sosiaalinen media; Facebook ja Twitter

Sosiaalisen median ja tapahtumamarkkinoinnin suhde on tänä päivänä tiivis. Perinteisen printtimainosmaailman ja digitaalisen median toimijat kilpailevat keskenään tuloksesta kumman avulla luodaan parempia tuloksia. Tapahtumamarkkinoinnissa molemmat näyttelevät roolia.

Work goes happy-konsepti on erityisen aktiivinen sekä omilla Facebook-sivuillaan, että Twitterissä. Itse tapahtumapäivänä 15.3.2016 hastagin #wgh16 tavoitettavuus oli hurjat 300 000. Kolme päivän otannalla, 14.–16.3. tavoitettavuus nousi 466 000:een. Suomen Twitter kartalla WGH oli tapahtumapäivänä ylivoimaisesti jaetuin hastag.

Näiden lukujen lisäksi @Workgoeshappy:n oman Twitter-tilin tavoitettavuus koko maaliskuussa oli 1 374 476. Uusia seuraajia tilille saatiin kuluneen kuukauden aikana jopa 500.

7 Pohdinta ja arviointi

Tapahtuma keräsi noin sata työhyvinvoinnin puitteissa toimivaa yritystä ja tahoa saman katon alle Wanhassa Satamassa. Se oli juuri se mitä oli toivottu.

Upean ja tapahtumarikkaan päivän huipennus oli kaikkien aikojen suurin kävijämäärä.

Näin ollen tapahtuma ylitti kaikki odotukset hyvin positiivisesti.

Jatkumona seuraa loppuvuodesta Oulun tapahtuma, joka sekin järjestäminen on hyvässä vauhdissa. Helsingin tapahtumalla on selkeästi positiiviset vaikutukset myös Oulun tapahtumaan.

Tapahtuman yksi keskeisimmistä, selkeästi esiin nousseista kehitysehdotuksista on laatia tapahtumasuunnitelma. Tapahtumalla on selkeät päämäärät ja tavoitteet; työhyvinvoinnin tietouden lisääminen ja työnantajien sekä työntekijöiden ohjaus oikeiden työhyvinvointitahojen pariin.

7.1 Tavoitteiden toteutuminen

Tapahtuman hashtag ”WGH16 nousi koko tapahtumapäivän Suomen Twitter-kartalla päivän ykköseksi, mikä tarkoitti, että tapahtuman kohokohdat tavoittivat myös monet niistä, jotka eivät paikalle päässeet.

Tapahtumapäivänä sosiaalinen media oli erinomaisesti suunniteltu ja hoidettu. Monesti saa kuulla, että tapahtumapäivät ovat kiireistä aikaa, jolloin ei ole mahdollisuutta aktivoitua sosiaalisessa mediassa. Oma etu oli Work goes happy tapahtumassa käytetty, sillä kenellä muulla olisi yhtä hyvä tieto tapahtumapäivän kulusta ja aiheista jotka siellä ovat esillä. Sosiaalisen median käyttö oli hienosti ennakoitu ja suurin osa sinne menevästä materiaalista tuotettu ennakoon sekä ajastettu.

Palautekyselyn ja mobiilisovelluksen lisäksi työhyvinvointipäivä sai kahtena tapahtuman jälkeisenä päivänä yhteensä 128 yhteydenottoa liittyen tapahtumaan. Tästä määrästä jopa 78 olivat spontaaneja kiitoksia tapahtumassa käyneiltä vierailta sekä sidosryhmiltä. Osittain kyselyt koskivat seuraavan vuoden tapahtuma-ajankohtaa joka julkaistiin päivän aikana.

Tapahtuman aikana work goes happy oli aktiivinen sosiaalisessa mediassa, etenkin Twitterissä. Tulevaa ajatellen voisi miettiä vielä tämän lisäämistä, esimerkiksi ottamalla mukaan live streamaus puhujista. Videoita voisi myös myöhemmin käyttää osana mainontaa ja markkinointia, miksi ei jopa koulutuksia.

Tapahtuman jälkihoito ja jatkumo on hoidettu hienosti online mediassa. Vaikka tapahtuma oli vain yksipäiväinen, ei se missään nimessä loppunut viimeisen luennoitsijan puheenvuoroon. Work goes happy sivustolle avattiin heti tapahtuman jälkeen #Työhyvinvointitartunta foorumi, joka on kaikkien käytettävissä ja kommentoitavissa. Tällä tavoin jokaisella on mahdollisuus ammentaa tietoa työhyvinvoinnista ja vaikuttaa siihen myös omalla tekemisellä. Foorumilla artikkeleita kirjoittavat työterveysalan ammattilaiset, työhyvinvointiosaajat ja psykologit. Foorumi on erinomainen tapa lisätä liikennettä tapahtuman www-sivuille ja siellä voidaan reagoida välittömästi aiheisiin, jotka puhuttavat juuri nyt.

Rekisteröityneiden kävijöiden seasta on poimittu kaikki jotka ovat sallineet suoramarkkinoinnin ja heille lähti välittömästi uutiskirje tapahtuman jälkeen. Uutiskirjeessä kiitettiin tapahtumasta, kerrottiin kuinka se oli mennyt ja yritettiin pitää mielenkiintoa yllä tulevaa varten.

Suunnitelmassa on myös nostaa esille Helsingin tapahtuman fiilistä, kuvia ja luentoja ennen Oulun tapahtumaa. Edellisten tapahtumien huippukohdat muistuttavat hyvin siitä, kuinka loistava tapahtuma on kyseessä.

Work goes happy on matkalla kohti tuotteistamista, mikä on hyvä, sillä hyvä tuote vie pitkälle. Toki palvelun ja tapahtuman tuotteistaminen on huomattavasti haastavampaa kuin konkreettisen tavarantoiminnan, mutta hyvällä suunnittelulla ja resursoinnilla sekin onnistuu. Tärkein tavoite on tehdä tapahtumasta markkinointi- ja myyntikelpoinen ratkaisu, joka vastaa alan ammattilaisten sekä kaikkien työntekijöiden kysymyksiin.

7.2 Tapahtuman ja oman oppimisen arviointi

Tavoitteeni opinnäytetyölle oli realistinen; työhyvinvointitapahtuman kehittäminen ja järjeistämisen. Koen onnistuneeni tavoitteiden osittaisessa saavuttamisessa. Tapahtuman kehittäminen on todella haastavaa, etenkin kun koko projekti on yhden ihmisen varassa ja itse tulinkin mukaan tapahtuman toteutukseen kesken projektin. Toki suurin kehitysehdotus tähän tilanteeseen on kopioida tietotaitoa tapahtuman osalta ja tehdä tapahtumasuunnitelma, joka osaltaan helpottaa kehittämistä. Uskon kehittämisprosessin jatkuvan intensiivisempänä tulevan Oulun tapahtuman yhteydessä. Oulun tapahtumassa olen alusta asti mukana, joten prosessin kuva on huomattavasti laajempi.

Tapahtuman järjeistämisen on niin ikään jatkuva kehitysprosessi, aivan kuten tapahtuman kehittäminen. Järjeistämisen suurin osuus on varmasti tapahtumasuunnittelulla ja sen myötä, toivottavasti pian toteutettavalla, tapahtumasuunnitelmalla.

Järkeistämistä saadaan Work goes happy-tapahtuman osalta toteutettua huolellisella suunnittelulla ja aikatauluttamisella, mitä ei Helsingin tapahtumassa ollut huomioitu lainkaan. Toteutuksen tärkeimpiä asioita ovat tapahtuman henkilökunta. Henkilökunta Helsingin tapahtumassa koostui vapaaehtoisista opiskelijoista. Heidät haalittiin kasaan viime minuuteilla, eikä heille keritty pitämään juuri minkäänlaista perehdytystä tapahtumapäivän kulusta. Perehdytyksellä vaikutetaan laajalti tapahtuman toteutukseen. En usko vapaaehtoisilla olleen minkäänlaista käsitystä tapahtuman tarkoituksesta ja tavoitteista, mitkä olisivat olleet äärimmäisen tärkeät ymmärtää.

Tapahtuman jälkihoito hoidettiin erinomaisesti. Ulkoinen viestintä toimi äärettömän hyvin ja se näkyy positiivisesti Oulun tapahtuman järjestelyissä. Uusia sidosryhmiä ja yhteistyökumppaneita on ilmoittautunut useampia Helsingin tapahtuman jälkeen, ilman, että heitä on tapahtuman puolesta kontaktoitu.

WGH työhyvinvointitapahtuman tulevaisuus näyttää tällä hetkellä erittäin hyvältä. Tapahtumaa on hyvin tuoteistettu, vaikka sekin on jatkuva kehitystyö. Syksyn Oulun tapahtuman jälkeen vuorossa on jälleen Helsingin päätapahtuma keväällä 2017. Hyvä tuote kantaa ja WGH:stä onkin tehty hyvin markkinointi- ja myyntikelpoinen ratkaisu. WGH on ajan hermolla ja vastaa sekä työnantajien että työntekijöiden tarpeisiin tämän päivän työhyvinvoinnista.

7.3 Oma oppiminen

Pitkään opinnäytetyöni aiheita mietittyäni, päädyin miettimään henkilöstöhallinnon eri aihealueita. Jyri Kansikas Work goes happy:stä etsi apuja tapahtumatoteutukseen ja ilokseni pääsin mukaan. Tapahtumia olen järjestänyt paljon; matkamessuista, yritysjuhliin ja erilaisiin kulttuuritapahtumiin. Työhyvinvointitapahtuman myötä pystyin yhdistämään jo saamani kokemuksen tapahtumien järjestämisestä ja mielenkiintoni työhyvinvointiasioihin.

Tapahtuman ympärillä oli pieni ja tiivis työyhteisö, johon sopeuduin erittäin hyvin ja sain työtehtäviä eri aihealueilta. Työtä oli ja sai tehdä niin paljon kuin omaan aikatauluun sopi, myös vastuuta annettiin paljon, josta olen erityisen tyytyväinen. Kiinnostavimmaksi koin tapahtuman henkilöstöhallinnolliset työt, joissa katson onnistuneeni erinomaisesti.

Haasteellisimmaksi omalla kohdallani koin ajankäytön. Tapahtumajärjestelyt ja projekti kokonaisuudessaan vei paljon aikaa ja se oli soviteltava muun työn ohelle. Ajankäytössä

auttoi suunnittelu, tarkka aikataulutus ja oman työnantajan joustaminen. Itsenäisen etätyön osaaminen oli yksi tärkeimmistä osaamisalueista tapahtumajärjestelyissä ja ajankäytössä.

Tapahtuman kokonaisuuteen ja onnistumiseen olen tyytyväinen. Omasta työskentelystäni olen saanut positiivista palautetta ja yhteistyö on jatkunut kevään jälkeenkin. Katson työskennelleeni ammattimaisesti, aikaansaavasti ja joustavasti. Uskon hyvän palautteen ja työn jatkuvuuden kertovan paljon osaamisestani ja onnistumisestani.

Lähteet

Aura, O., Ahonen, G.; Hussi, T., Ilmarinen, J. 2014 Strategisen hyvinvoinnin johtaminen Suomessa 2014, tutkimusraportti. Pohjola Vakuutus Oy, Suomen Terveystalo. Helsinki

Baptiste, N. R. 2008. Tightening the link between employee wellbeing at work and performance: A new dimension for HRM, Management Decision.

Conway, D. 2009. The Event Manager's Bible. 3. Uudistettu painos. How to Books. Oxford.

Cowlshaw, S., Evans, L. & McLennan, J. 2010. Work-family conflict and crossover in volunteer emergency service workers. Work and stress.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Käsikirja tapahtumajärjestäjille. SLU.

Julkisten ja Hyvinvointialojen liitto. Työhyvinvointi työpaikalla. Luettavissa http://www.jhl.fi/portal/fi/tyoelama/tyohyvinvointi_tyopaikalla/ Luettu 2.4.2016.

Kantolahti, T. 2015. Sosiaali- ja terveysministeriö. Näkökulma työhyvinvointiin: Minä otan vastuun. Luettavissa <http://stm.fi/nakokulma-tyohyvinvointiin> Luettu 30.3.2016.

Kehusmaa, K. 2011. Työhyvinvointi kilpailuetuna. Helsingin kauppakamari.

Keva. 2014. Työhyvinvoinnin tavoitteet, mittarit ja seuranta. Luettavissa https://www.keva.fi/fi/tyossa_jatkaminen/aktiivinen_tuki/kehittamistyyokalu/tavoitteet_seuranta/Sivut/Default.aspx Luettu 17.3.2016

Keva. 2011. Varhaisen tuen malli. Luettavissa https://www.keva.fi/SiteCollectionDocuments/Tyossa_jatkaminen/Aktiivinen_tuki/Liperi_Varhaisen_tuen_malli.pdf Luettu 5.4.2016.

Lapin Yliopisto. 2016. <http://www.ulapland.fi>

Pakarinen, S. PhD. Työterveyslaitos. 2016. Sijoitus työhyvinvointiin tulee moninkertaisena takaisin. Luettavissa <http://www.wgh.fi/sijoitus-tyonhyvinvointiin-tulee-moninkertaisena-takaisin/> Luettu 19.4.2016.

Pietilä, T., Lahdensaari-Nätt, L., Tuure, V.M. 2011. Productivity and financial benefit of well-being at work, Management Services. Luettavissa <http://www.ims-productivity.com/user/custom/journal/2011/autumn/MSJ-Autumn-2011.pdf> Luettu 30.3.2016.

Sosiaali- ja Terveysministeriö. 2016. <http://stm.fi/tyohyvinvointi>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014. Työsyryjinnän seuranta Suomessa. Luettavissa http://www.tem.fi/files/41717/TEMjul_53_2014_web_18122014.pdf Luettu 17.3.2016.

Työterveyslaitos. 2016. <http://ttl.fi/fi/tyohyvinvointi>

Työturvallisuuskeskus. 2016. <http://www.ttk.fi>

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014 Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma. Helsinki.

Work goes happy. 2016. <http://www.wgh.fi>